

ABSTRAK

Pada abad sekarang ini, sesuai dengan tingkat perkembangan ekonomi negara kita, banyak bermunculan berbagai jenis perusahaan dalam aneka kegiatan produksi barang dan jasa. Tiap perusahaan dalam menarik pelanggan atau meningkatkan citra perusahaan yang akan dibangun memiliki cara-cara tersendiri dalam kegiatannya. Hotel merupakan salah satu perusahaan atau organisasi yang berkaitan erat dengan peningkatan citra. Hotel Marlin Pekalongan merupakan menjadi salah satu alternatif hotel bagi masyarakat setempat maupun wisatawan. Dalam menciptakan pemahaman dan penerimaan positif dari publik, seiring dengan upaya tersebut yang dilakukan oleh *marketing public relations* Hotel Marlin Pekalongan untuk membangun citra lembaga. Dengan demikian terdapat permasalahan yang menarik yang ingin diketahui oleh penulis, yaitu bagaimana pelaksanaan strategi *marketing public relations* yang mereka jalani dalam membangun citra hotel kepada pengguna jasa penginapan. Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah deskripsi kualitatif. Data peneliti diperoleh dari sumber-sumber dengan cara melalui wawancara dan studi pustaka. Data-data tersebut mengenai profil perusahaan dan hasil dari penelitian. Validitas data dalam penelitian ini menggunakan tehnik triangulasi data atau disebut juga tehnik triangulasi sumber. Analisis yang digunakan dari penelitian ini adalah analisis kualitatif. Hasil analisis penelitian menyimpulkan bahwa strategi yang dilaksanakan *marketing public relations* Hotel Marlin Pekalongan sebagai upaya membangun citra perusahaan dengan cara merencanakan strategi-strategi menejerial yaitu dengan melakukan pendekatan dengan para sasaran penjualan yaitu perusahaan dan pemerintahan, hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang digunakan peneliti yaitu menggunakan *Relationship Management Theory*, karena dalam teori ini dijelaskan bahwa hubungan dibangun dengan adanya komunikasi antara organisasi dan MAP.

ABSTRACT

In the present century, according to the level of economic development of our country, many emerging companies in a variety of different types of production of goods and services. Each company in attracting customers, or enhance the corporate image to be built has their own ways in their activities. Hotel is one of the companies or organization which are closely related to image enhancement. Pekalongan Marlin Hotel is one of the alternative hotels for the local community and tourists. Increasing an understanding and positive acceptance from the public, along with these efforts made by marketing public relations Marlin Hotel Pekalongan to build the image of the institution. Thus there is an interesting problem to be known by the author, that is how the implementation of the marketing public relations strategy that they lead in building the image of hotel lodging services to the users. Types of research used by the authors is a qualitative description. Research data obtained from these sources by way of interviews and literature study. These data are on the company's profile and results of the study. The validity of the data in this study using a technique called triangulation of data or triangulation techniques are also sources. The analysis of this study was to use qualitative analysis. The results of the research analysis concluded that the strategy is implemented marketing public relations Pekalongan Marlin Hotel in an effort to build the company's image by planning the managerial strategies to approach it in the target of the company's sales and administration, according with the results of this study the researchers used the theory of using Relationship Management Theory, because the theory is explained that the relationship built with the communication between the organization and MAP.